



**REQUERIMENTO**      Número      /      (      .<sup>a</sup>)

**PERGUNTA**      Número      /      (      .<sup>a</sup>)

Expeça - se

Publique - se

O Secretário da Mesa

Assunto:

Destinatário:

**Ex. mo Sr.º Presidente da Assembleia da República**

Considerando que:

1 – O setor do turismo, sendo um dos mais competitivos na Europa e muito especialmente em Portugal, está habituado a recorrer à inovação como forma de conquistar novos mercados e aumentar a sua visibilidade.

2 – As novas ferramentas tecnológicas de informação e comunicação significam assim um fenómeno em expansão que tem, necessariamente, que ser explorado por todas as entidades que se propõem a divulgar o nosso turismo. Esta é uma matéria já avaliada e contemplada no próprio PENT que referia que: “A capacidade de escrutínio e poder negocial do turista obrigam ao domínio das tecnologias de informação no sentido do seu conhecimento, sob risco da perda de visibilidade e relacionamento com o mercado.”.

3 – A estratégia seguida no Turismo em Portugal, consciente desta realidade, conduziu ao lançamento de um concurso público para a aquisição de serviços de produção, planeamento, execução, acompanhamento e compra de espaço para as campanhas de publicidade digital do Turismo de Portugal entre 2017 e 2021 em mercados como a Alemanha, Brasil, Dinamarca, Espanha, França, Estados Unidos, Reino Unido, Itália, Suécia ou Rússia.

4 – A publicidade digital tem sido a aposta estratégica do Turismo de Portugal nos últimos anos, num movimento de antecipação face aos concorrentes, de atualização de técnicas de promoção e de inovação no contacto com o turismo. E tem sido uma aposta ganha, com os resultados reconhecidos por todos, desde logo pelo próprio sector do turismo.

5 – Essa é, no entanto, uma aposta exigente. Obriga a um esforço tecnológico, a uma atuação permanente, a uma permanente adaptação, a uma constante presença nos meios certos. A estratégia digital não se compagina com o lançamento esporádico de iniciativas. É constante, exigente e envolve meios.

6 – Por isso mesmo, aliás, foram reduzidos os montantes gastos no apoio a eventos, direcionando tais montantes para a estratégia digital, conseguindo posicionar Portugal como marca e como destino a níveis que antes não conhecíamos.

7 – Foi agora veiculado na comunicação social (no dia 19 de janeiro de 2016) que: “O prazo inicialmente previsto para a apresentação de propostas terminaria esta quarta-feira, mas a revisão dos moldes em que o concurso tinha sido lançado levará agora o processo a voltar à estaca zero.

Assim:

Tendo em conta o disposto no artigo 156.º, alíneas d) e e) da Constituição, e as normas regimentais aplicáveis, nomeadamente o artigo 229.º, n.º 3 do Regimento da Assembleia da República, que fixa em 30 dias o limite do prazo para resposta;

O(a)s Deputado(a)s do CDS-PP, abaixo-assinados, vêm por este meio requerer ao Ministro da economia, por intermédio de Vossa Excelência, nos termos e fundamentos que antecedem, respostas às seguintes perguntas:

1 – Confirma o Ministério da Economia que o concurso em causa foi suspenso?

2 – Em caso afirmativo, tal suspensão representa uma alteração da estratégia de promoção do turismo, de abandono da publicidade digital e de regresso aos meios tradicionais e off-line?

Palácio de São Bento, sexta-feira, 22 de Janeiro de 2016

Deputado(a)s

HELDER AMARAL(CDS-PP)

PEDRO MOTA SOARES(CDS-PP)